

*Il caso*

Revival giochi da tavolo il trionfo della lentezza nell'era dei videogame

Mai passati di moda:
il mercato cresce
E accanto ai classici
spuntano nuovi prodotti

di **Giulia D'Aleo**

ROMA – Scegliere con cura tra le scatole impilate una sull'altra, disporre il tabellone consumato dalle troppe partite, posizionare minuziosamente, un pezzo per volta, pedine, gettoni, dadi. È forse questa ritualità profana a rendere intramontabili i giochi da tavolo, highlander di un intrattenimento domestico fagocitato dai videogiochi. Il confronto è impari, ma il mercato globale dei board game è di tutto rispetto: circa 14 miliardi di dollari. E nel 2032 potrebbe superare i 30. Se da un lato i classici come Cluedo e Scarabeo continuano a collezionare record di vendite, a trainare questa avanzata sono i concept più innovativi e quelli che ibridano digitale e tradizione.

Anche se di fatto rientrano nella categoria dei giocattoli, i bambini hanno poco a che vedere con il loro successo. I veri patiti sono piuttosto i «kidult», adulti nostalgici e non troppo cresciuti, riportandoli alla ribalta dopo l'esplosione degli anni '90. Non a caso quasi il 40 per cento degli acquisti ricade sugli strategici come Risiko, seguiti dagli sci-fi e dal fantasy, con il gioco di

ruolo Dungeons & Dragons ai primi posti. «C'è bisogno di aggregazione e distacco dalla quotidianità, per questo il fantasy riscuote molto successo – nota Maurizio Cutrino, direttore generale di Assogiocattoli -. Si cercano tanto anche le illustrazioni e il vintage. Ma l'offerta è molto vitale».

Difficile dare numeri precisi, perché il mercato italiano è frazionato e composto da protagonisti di dimensioni diverse: dai colossi come la francese Asmodee e la casa editrice statunitense Hasbro, alla storica DvGiochi o la milanese Cranio Creations. Quel che è certo è che la crescita è costante – dai due ai cinque punti percentuali l'anno – e il settore vale oggi all'incirca 150 milioni di euro, il 10 per cento di tutta la categoria giocattoli, secondo dati Circana.

Trovare un'idea originale, però, diventa sempre più complicato e non è nemmeno una garanzia di successo. Sempre più indipendenti e piccoli editori entrano nel mercato sfruttando piattaforme di crowdfunding come Kickstarter, dove i giochi da tavolo sono i progetti più finanziati: due miliardi e mezzo di dollari totali. L'effetto è una moltiplicazione di titoli che dimezza i tempi di permanenza sugli scaffali. Notizia positiva per gli acquirenti, che ogni anno si trovano davanti a migliaia di giochi inediti tra cui scegliere, un po' meno per gli autori.





«Quando ho iniziato negli anni '80, anche un gioco mediocre poteva arrivare a 50mila copie, perché ne uscivano un centinaio l'anno. Oggi l'offerta è esplosa e per fare quei numeri bisogna sfornare un successo. La stragrande maggioranza ne vende da due a cinquemila».

Leo Colovini, veneziano, 60 anni, gestisce la società Studiogiocchi e è uno di quei pochi autori italiani che vivono solo di questo. Ma oggi «il contratto medio che si riesce a strappare a un editore è del 6-7 per cento sul fatturato. Così se un gioco viene venduto al pubblico a 40 euro, l'editore solitamente ne guadagna 12, l'autore 72 centesimi». E piuttosto che investire su prodotti nuovi, sempre più spesso si preferisce andare sul sicuro, facendo indossare ai bestseller le vesti della serie tv o del film del momento. «Nel mercato del gioco oltre il 30 per cento è composto da prodotti a licenza, Disney soprattutto», riferisce il direttore di Assogiocattoli. E così di Monopoly, che l'anno prossimo compie 90 anni, esistono centinaia di versioni diverse, da quella dei Simpson a Star Wars.

Ma è anche il progresso tecnologico a dettare la linea. È vero che i videogiochi non costituiscono dei diretti rivali, perché «come per il cinema e il libro, gli investimenti e i pubblici sono diversi», sostiene Colovini. Eppure i giochi da tavolo sono ormai degli ibridi, che da anni ricorrono a app o siti web per rendere l'esperienza più ricca e immersiva. «L'aspetto tattile è ancora centrale, ma il digitale può dare un'aggiunta al mondo fisico», dice Davide Garofalo, ceo di Xplored, società di Rapallo, e ideatore di Teburo, un nuovo sistema di gaming. Il prodotto è una console simile a un tabellone, in grado di tenere traccia dei vari componenti del gioco, dai dadi alle miniature, e

collegata a un'app.

«Non sarà più necessario che un giocatore legga un manuale lungo decine di pagine e poi spieghi le regole agli altri, perché si verrà guidati passo passo – illustra Garofalo – E per i giochi complessi sarà l'app a tenere traccia di punteggi, bonus e malus. Tutto diventa più accessibile». Una rivoluzione più vicina di quanto si pensi. Non solo la società possiede già dei titoli propri, ma, grazie a un accordo con Hasbro, presto anche alcuni grandi classici, da Monopoly a Cluedo, saranno accompagnati da schede interattive, voci narranti e grafiche accattivanti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

32 mld

Il giro d'affari

Le previsioni per il mercato globale dei giochi da tavolo nel 2032. Nel 2023 il valore era di 13 miliardi di dollari, oggi è salito a 14. Il tasso di crescita annuale è al 10,5 per cento (Fortune business insight)

18%

L'aumento

Il valore della casa editrice Asmodee nel mercato globale. Seguono la statunitense Hasbro al 12% e la tedesca Ravensburger al 4% (Statista Market Insights)





150 mln

Il mercato in Italia

Il giro d'affari del gioco da tavolo in Italia. Rappresenta il 10% del mercato totale del giocattolo. Ogni anno aumenta dai 2 ai 5 punti percentuali, nel 2021 era cresciuto del 9% (Assogiocattoli)

Over 25

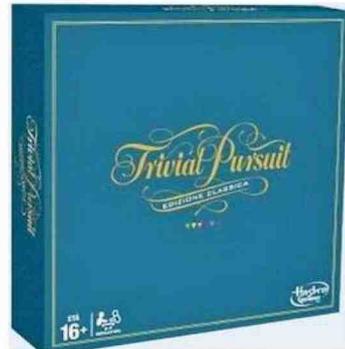
L'età

L'età di chi cerca giochi da tavolo basati su serie, film e videogiochi popolari. I prodotti su licenza sono il 30% del totale, con Disney al primo posto (Fortune business insight e Assogiocattoli)



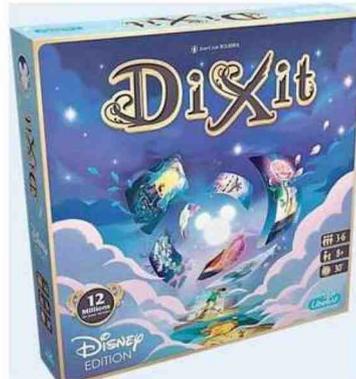
▲ Monopoly

Il gioco della Hasbro, 90 anni nel 2025, è il più venduto di sempre: 750 milioni di copie in 111 paesi



▲ Trivial Pursuit

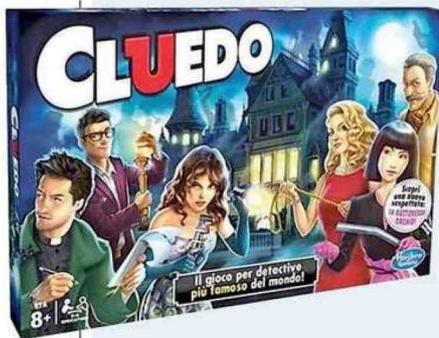
Di origine canadese, il gioco di cultura generale fu lanciato nel mercato nel 1983. Ha venduto oltre 100 milioni di copie in tutto il mondo





▲ Dixit

Gioco di narrazione basato su carte illustrate, nato nel 2008 e edito da Asmodee Italia. Con quasi 10 milioni di copie, è uno dei più venduti degli ultimi anni



▲ Cluedo

Commercializzato nel 1948, il gioco investigativo edito dalla Hasbro è stato venduto più di 100 milioni di volte



▲ Catan

Oltre 40 milioni di copie vendute, è un gioco strategico tedesco del 1995. I diritti di distribuzione in Italia sono stati acquistati dalla Giochi Uniti

